



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketergantungan terhadap *gadget* terus meningkat meskipun ponsel dan tablet usianya baru sekitar dua dekade, banyak orang merasa tidak bisa hidup tanpa perangkat elektronik tersebut. Menurut laporan yang dilakukan Ericsson yang merupakan perusahaan penyedia layanan dan teknologi komunikasi, saat ini ada hampir lima miliar pengguna *smartphone* di seluruh dunia dan diprediksi akan mencapai enam miliar lebih pada tahun 2020. (Noviandari, 2015, para. 3)

Sementara itu di Indonesia, pertumbuhan pengguna *smartphone* juga berkembang pesat. Kementerian Komunikasi dan Informatika (2015) mengatakan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia bertumbuh dengan cepat. Lembaga riset digital Emarketer memperkirakan pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan lebih dari seratus juta orang pada tahun 2018.

Survei yang dilakukan Google Indonesia pada tahun 2015 menunjukkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu selama lima setengah jam per hari untuk menatap layar *smartphone*. (Nistanto, 2015, para. 1)

Hasil temuan riset Indonesia *Smartphone Consumer Insight* pada Mei 2013 yang dilakukan oleh lembaga survei Nielsen menunjukkan per hari rata-rata orang Indonesia menggunakan *smartphone* selama 189 menit atau setara 3 jam 15

menit dengan penggunaan didominasi untuk *social media* dan *rich media*. (Amri, 2013, para. 1)

Aktivitas paling tinggi yaitu *chatting* dengan persentase sebesar sembilan puluh persen, diikuti dengan *googling* sebesar tujuh puluh satu persen, *social media* (enam puluh empat persen), *blogging/forum* (empat puluh satu persen), *App store* (tiga puluh dua persen), *video on demand* (dua puluh tujuh persen), *sharing* konten (dua puluh enam persen), hiburan (dua puluh lima persen), berita (dua puluh empat persen) dan *webmail* (tujuh belas persen). (Amri, 2013, para. 2)

Penggunaan *gadget* untuk mengakses jejaring sosial dirasa memberikan rasa “*controllability*” di mana para pengguna jejaring sosial merasa aman untuk berkomunikasi dan memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan orang yang mereka inginkan. “*Controllability*” yang dimaksud adalah seseorang dapat mengatakan sesuatu tanpa rasa takut atau rasa malu, seseorang juga dapat memikirkan terlebih dahulu mengenai pesan yang ingin disampaikan, dan dapat tetap berkomunikasi dengan teman-teman yang secara letak berjauhan sekaligus bisa berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus. (Henley, 2010, para. 11-12)

Pada zaman modern sekarang, manusia lebih memilih komunikasi menggunakan *gadget*. *Gadget* menjadi bagian hidup manusia di zaman modern ini. Setiap harinya manusia berinteraksi dengan *gadget* yang dimiliki baik dari anak-anak hingga orangtua. Waktu yang dihabiskan pun lebih banyak dengan *gadget* yang dimiliki daripada interaksi sesama manusia. Padahal, minimnya komunikasi membuat hubungan orangtua dan anak kurang dekat secara psikologis. (Anna, 2014, para. 1)

Menurut Psikolog Dra A Kasandra Putranto, perkembangan teknologi memiliki dampak positif dan negatif dalam kehidupan manusia. Dampak positifnya antara lain, *gadget* dapat mempermudah komunikasi, mengembangkan kehidupan sosial, dan akses informasi jadi cepat. Sedangkan dampak negatifnya yaitu mengurangi interaksi sosial secara langsung dengan orang di sekitar kita. (Maharani, 2015, para. 2)

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset YouGov pada 2010 menyatakan bahwa 53% pengguna handphone di Inggris cenderung cemas ketika *smartphone* tidak berada di genggaman mereka. Bagi beberapa orang melakukan suatu aktivitas tanpa *smartphone* menjadi sangat menakutkan atau bisa disebut Nomophobia. Nomophobia kebanyakan menyerang pengguna *smartphone* berusia 18 hingga 24 tahun. (Zakaria, 2015, para. 4)

Di Inggris, orangtua harus mengeluarkan 16.000 pound atau sekitar 300 juta rupiah untuk biaya "*digital detox*" selama 28 hari untuk mengobati anak-anaknya yang mengalami "kecanduan *gadget*". *Digital detox* merupakan program rehabilitasi "kecanduan *gadget*" yang didesain oleh Dr. Richard Graham dari *Capio Nightingale Hospital, London*. (Dewi, 2015, para 8).

Kecanduan *gadget* membuat manusia rela mengorbankan apa saja termasuk kehilangan mobilnya. Sebuah studi dilakukan oleh Zipcar yang merupakan perusahaan rental mobil menunjukkan empat puluh persen narasumbernya mengatakan bahwa kehilangan ponsel mereka akan membuat

mereka merasa lebih kesulitan daripada kehilangan mobil mereka. (Elmore, 2014, para. 3)

Penelitian yang lain menunjukkan hasil yang sama. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Gallup, lima puluh satu persen wanita dan empat puluh satu persen pria mengaku tidak bisa hidup tanpa *smartphone* mereka. (Ligato, 2015, para.4)

Menurut survei Gallup, *smartphone* memiliki sifat transformatif, di mana pengguna *smartphone* merasa hidupnya lebih baik dengan kehadiran *smartphone*. Bahkan *smartphone* dianggap seperti bagian tubuh mereka sendiri. Kebanyakan pengguna *smartphone* membawa ponsel mereka kemana pun, sampai-sampai hingga tidur pun mereka tetap meletakkan ponsel mereka dalam jangkauan. Para pengguna *smartphone* akan merasa stres apabila ponselnya menghilang. (Ligato, 2015, para. 3)

Menurut Pew Research, teknologi dianggap sama seperti air dan udara di mana manusia tidak bisa hidup tanpanya. Para narasumber mengatakan bahwa lebih baik mereka kehilangan jari kelingkingnya daripada kehilangan *handphone*. (Elmore, 2014, para. 2)

Penggunaan *gadget* yang berlebihan membuat anak jarang berinteraksi dengan orang di sekitarnya, terutama keluarga. Pada keluarga modern, kehadiran *gadget-gadget* canggih tanpa disadari menyebabkan berkurangnya komunikasi dan kehangatan keluarga. Ketergantungan pada *gadget* membuat masing-masing anggota keluarga menjalani kesibukannya, bahkan dalam suatu ruangan yang

sama mereka tidak saling berkomunikasi secara mendalam.(Anna, 2014, para 2-3).

Adanya *smartphone* tidak selalu berdampak negatif, apabila keluarga dapat memanfaatkan kehadiran *smartphone* untuk menjalin komunikasi antara orangtua dan anak. Menurut survei Time Mobility yang digelar oleh Qualcomm, jika dilihat dari aspek keluarga kehadiran *gadget* yang digunakan oleh orangtua membuat para orangtua merasa lebih baik dikarenakan mereka bisa terhubung dengan keluarganya kapan pun dan di mana pun tanpa terhalang ruang dan waktu. (Noor, 2012, para. 6)

Anak yang kecanduan menggunakan *gadget* dapat dikatakan sebagai generasi digital. Generasi digital merupakan generasi yang lahir setelah tahun 1980, di mana teknologi digital mulai berkembang. Anak-anak generasi ini lebih memilih untuk membaca blog daripada koran, mereka juga sering berinteraksi satu sama lain secara online sebelum mereka bertemu secara langsung, dan anak generasi ini juga mendengarkan lagu secara gratis melalui online daripada membeli kaset di toko musik. Hal ini mengakibatkan tingginya penggunaan *gadget* oleh generasi digital.(Gasser dan Palfrey, 2008, h.1-2)

Orangtua pun harus sadar akan perkembangan teknologi saat ini. Apabila orangtua tidak dapat mengimbangi anak maka nantinya akan timbul ketimpangan komunikasi. Kebanyakan orangtua generasi digital merupakan orangtua generasi X yaitu kelahiran 1965-1977 (Taylor, & Keeter,2011, h. 4).

Generasi X adalah generasi sibuk, karena mereka harus beradaptasi dengan teknologi, perubahan kultur, dan perubahan hidup yang selama ini dibangun oleh orangtuanya dalam zona nyaman. Pola *parenting* yang dilakukan sangat tidak sistematis, bahkan orangtua menyerahkan bimbingan kepada sekolah dan tempat-tempat pembelajaran informal. Generasi X memercayai pembantu rumah tangga untuk menggantikan peran orangtua. (Hellen Chou Pratama,2012, h.81-82).

Sebagian besar generasi X merupakan pasangan suami istri yang masing-masing memiliki pekerjaan, karena mereka berpikir bagaimana dapat mencukupi kebutuhan keluarga dengan kondisi ekonomi yang menuntutnya. Hal itu yang menyebabkan komunikasi orang tua terhadap anak menjadi sangat minim. Mereka hanya mengikuti pola *parenting* orangtuanya, padahal telah terjadi perubahan generasi.

Kesibukan orangtua generasi X berdampak pada minimnya kemampuan mendengarkan, sehingga banyak anak yang enggan berbicara dengan orangtuanya. (Hellen Chou Pratama,2012, h. 82)

Namun, ada orangtua yang merupakan kelahiran generasi X yang berusaha menyesuaikan diri sehingga komunikasi dapat dilakukan secara maksimal dengan anak. Peneliti tertarik untuk melihat hal tersebut, bagaimana orangtua mengembangkan strategi untuk komunikasi dengan anak melalui *gadget*, baik penyesuaian teknologi, aplikasi yang sama, penguasaan *gadget*, dan penyesuaian bahasa.

Permasalahan komunikasi yang timbul dikarenakan maraknya penggunaan *gadget*, biasanya terjadi di kota-kota besar, penulis akan melakukan wawancara kepada enam informan, tiga pasang anak dan orangtuanya. Penelitian ini dilakukan awal Juni hingga pertengahan Juli 2016.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan, peneliti merumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu : Bagaimana orangtua memanfaatkan *gadget* untuk mengembangkan komunikasi antarpribadi dengan anak generasi digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan *gadget* yang dilakukan orangtua untuk mengembangkan komunikasi antarpribadi dengan anak generasi digital.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian dari kegunaan akademis akan memberikan kontribusi pemikiran dalam perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi interpersonal yang termediasi antara orang tua dengan anak di era digital.

Sementara hasil penelitian dari segi praktis yaitu memberikan pengetahuan kepada masyarakat terutama para orangtua generasi X yang memiliki anak

generasi digital dalam mengembangkan strategi komunikasi antarpribadi melalui *gadget*.

